



Les Cahiers d'Outre-Mer

Revue de géographie de Bordeaux

249 | Janvier-Mars 2010

Dynamiques des campagnes tropicales

Des moutons pour la fête : l'approvisionnement de Dakar en moutons de Tabaski

Olivier Ninot



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/com/5904>

DOI : 10.4000/com.5904

ISSN : 1961-8603

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 janvier 2010

Pagination : 141-164

ISBN : 978-2-86781-659-8

ISSN : 0373-5834

Référence électronique

Olivier Ninot, « Des moutons pour la fête : l'approvisionnement de Dakar en moutons de Tabaski », *Les Cahiers d'Outre-Mer* [En ligne], 249 | Janvier-Mars 2010, mis en ligne le 01 janvier 2013, consulté le 30 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/com/5904> ; DOI : 10.4000/com.5904

Ce document a été généré automatiquement le 30 avril 2019.

© Tous droits réservés

Des moutons pour la fête : l'approvisionnement de Dakar en moutons de Tabaski

Olivier Ninot

NOTE DE L'ÉDITEUR

N.D.L.R. : Cet article est tiré d'un rapport de recherche rédigé par O. Ninot, N. Dia, T. Gassama et E.H.M. Seye dans le cadre du programme de recherche « ICARE » coordonné par l'ISRA (Institut Sénégalais de Recherches Agricoles) et le CIRAD (Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement).

- 1 En apparence loin du *merchandising* dont fait l'objet la fête de Noël dans le monde chrétien, l'Aïd el Kabir (appelé Tabaski en Afrique de l'Ouest) est célébré depuis quelques années¹ à quelques semaines seulement d'intervalle de la fête chrétienne. L'Aïd commémore le sacrifice d'Abraham (ou Ibrahim) et renvoie selon plusieurs auteurs au premier sacrifice, « celui accompli par Abel, fils d'Adam, premier pasteur » (Brisebarre, 2002). Aussi cette fête est-elle aujourd'hui encore dans les familles musulmanes, centrée sur le sacrifice d'un animal domestique, généralement un bélier, comme celui qu'Abraham a substitué à son fils aîné. Au Sénégal, pays très majoritairement musulman (plus de 95 % de la population), la Tabaski est une fête populaire particulièrement importante mais aussi un événement commercial majeur donnant une forte impulsion à la filière de production ovine, sollicitant les organisations marchandes et le système de transport. Chaque année, au moins 500 000 moutons sont sacrifiés, 670 000 pour l'année 2008 dont 230 000 dans la région de Dakar (Direl, 2008) et autant en 2009.
- 2 Depuis une décennie, la composante urbaine de la consommation de moutons de Tabaski est de plus en plus marquée. La population urbaine représenterait aujourd'hui environ 45 % de la population totale et l'agglomération dakaroise, forte de 2,6 millions d'habitants, et concentrerait à elle seule plus de la moitié des citoyens du pays. En outre,

les statistiques des dernières Tabaski montrent qu'environ un tiers des sacrifices ont lieu dans l'agglomération de la capitale alors qu'elle abrite seulement un quart de la population totale du Sénégal². À l'inverse, les systèmes de production qui répondent à la demande urbaine de moutons de Tabaski sont quasi exclusivement ruraux : élevages du Ferlo (centre nord du Sénégal dont la vocation pastorale est très marquée), élevages du bassin arachidier (centre ouest du Sénégal) et du Sénégal oriental, mais aussi élevages maliens et mauritaniens. Les importations du Mali et de Mauritanie couvrent en moyenne un tiers des approvisionnements de l'agglomération dakaroise. Si la commercialisation des moutons s'appuie essentiellement sur les acteurs et les lieux du circuit marchand permanent des animaux sur pied, elle fait également émerger des acteurs et des lieux éphémères qui lui donnent une singularité.

- 3 L'approvisionnement d'une ville telle que Dakar en moutons de Tabaski se présente ainsi comme un exemple concret de l'évolution contemporaine des relations villes - campagnes en Afrique subsaharienne où le taux de croissance urbaine est particulièrement élevé (de l'ordre de 3 à 4 % par an). La question posée est celle des effets de l'urbanisation et de l'évolution des modes de vie et de consommation sur l'organisation spatiale des systèmes de production et des dispositifs marchands, et plus généralement sur l'aménagement du territoire. L'analyse tentera de trouver un chemin entre deux hypothèses fréquemment opposées, l'une supposant des systèmes de production résilients et peu réactifs aux stimulations des marchés urbains, et l'autre selon laquelle le poids croissant des marchés urbains suffit à stimuler et à orienter les systèmes productifs et marchands (voir notamment : *Agricultures consacrées* ..., 2004).

La Tabaski à Dakar, un phénomène hypermoderne

- 4 Il est relativement facile de voir dans l'évolution de la société dakaroise plusieurs signes d'une hyper-modernité émergente caractérisée selon Asher (2005) par une forte individualisation ainsi que par la combinaison de rationalités multiples et de logiques hétéroclites dans la construction des choix devenus obligatoires à tous les instants de la vie. La manière de préparer et de fêter la Tabaski et en particulier le choix de la victime sacrificielle apparaissent comme des expressions de cette hyper-modernité dans une ville où les identités urbaines en recomposition mêlent à la fois urbanité et ruralité, attaches aux traditions héritées et réinventions de celles-ci, valeurs religieuses et matérialisme.

Un mouton pour la fête!

- 5 Selon les préceptes de l'Islam, l'acte sacrificiel doit être accompli en suivant quelques règles et principes simples dont les premiers s'appliquent au choix de l'animal. Il ne peut pas être volé et ne peut être qu'une bête de troupeau³ : ovin, caprin, bovin ou camelin dans cet ordre de préférence. Pour autant, le choix d'un mouton de Tabaski a son importance et sa recherche est souvent un véritable « casse-tête » pour bon nombre de chefs de ménages dakarois. Car si un certain nombre de ménages urbains élèvent un ou deux moutons dans la cour ou sur le toit, la plupart ne peuvent ou ne souhaitent le faire faute de place, d'argent, ou par crainte du vol, et doivent donc acheter leur mouton de Tabaski.
- 6 Du côté des plus nombreux, il s'agit de réussir à acquérir le mouton le plus beau possible et au plus bas prix, parfois à crédit, afin de pouvoir accomplir le sacrifice souvent perçu

comme une obligation à laquelle il serait dramatique et déshonorant de ne pas répondre. Mais il ne s'agit pas non plus d'acquiescer n'importe quel mouton à bas prix. Celui-ci n'est pas seulement une victime sacrificielle, il a aussi une fonction de représentation comme le souligne Brisebarre (2003, p. 162) :

« le mouton acheté et attaché dans la rue, livré aux regards des voisins, devient le miroir de la situation financière du sacrifiant. Plus il est gros, plus il coûte cher, plus il est admiré : il est un *status symbol* pour son acquéreur ».

- 7 Parmi les critères définissant la qualité d'un mouton, plusieurs éléments sont à prendre en compte : la taille, le poids, la robe, la race, et des attributs physiques multiples tels que la forme et longueur des cornes, des oreilles, la forme et la longueur des pattes, le posé du pied et l'équilibre de l'animal, la forme du dos, la graisse et la masse musculaire.
- 8 De l'autre côté de l'échelle sociale, le caractère ostentatoire de l'achat d'un mouton de Tabaski est encore plus marqué. On n'hésite pas à dépenser des sommes largement supérieures à 100 000 Fcfa⁴ et pouvant atteindre un million. Cette consommation « haut de gamme » suscite souvent l'admiration, parfois l'indignation, s'impose en tout cas comme modèle et contribue à faire évoluer le marché et par contrecoup l'offre. Les préférences des consommateurs dakarois se sont hiérarchisées et évoluent en suivant des effets de mode. Le mouton de race *ladoum* est la référence incontestable pour le marché de consommation dakarois, mais il reste rare et cher. Aussi le *touabire* est sans doute le mouton le plus vendu à Dakar car il présente un bon compromis entre qualités phénotypiques et prix. Dans la gamme des grands moutons, les consommateurs dakarois lui préfèrent toutefois le *bali-bali* depuis qu'il est assez facile de le trouver sur le marché sénégalais, ou encore l'*azawat*, introduit plus récemment, qui serait, selon certains marchands, en passe de lui voler la vedette. Enfin, le *waralé* présente une solution « intermédiaire » plus prisée semble-t-il ailleurs qu'à Dakar. Quant au *peul-peul* c'est le mouton rural ou le mouton des ménages urbains non fortunés ou qui n'accordent que peu d'importance à la dimension ostentatoire de l'achat d'un mouton de Tabaski.

Photos 1,2,3 - Diversité des moutons de Tabaski. (1) un *ladoum* dont le prix était estimé à Dakar à 700 000 Fcfa; (2) un *touabire* estimé à 130 000 Fcfa; (3) un *peul-peul* de moins de 30 000 Fcfa. (Dakar, Louga, novembre 2008)

(Clichés Olivier Ninot)



- 9 La segmentation du marché de mouton de Tabaski dakarois se traduit aussi dans les gammes de prix. Selon les données de la Direction de l'élevage, sous la tutelle du Ministère de l'élevage (DIREL), les prix les plus fréquents observés en 2008 à Dakar étaient compris entre 45 000 et 55 000 Fcfa mais la gamme de prix est beaucoup plus étendue. Un seuil se dessine autour de 75 000 Fcfa : 70 % des prix observés seraient en dessous et 30 % au dessus. Ce seuil suggère une partition du marché entre d'un côté le marché des moutons « normaux », les plus nombreux, dans une catégorie de poids inférieur à

65-75 kg, et de l'autre un marché de moutons « exceptionnels » d'un poids supérieur à 75 kg et de race sélectionnée. Il matérialise aussi une certaine ligne de fracture dans la société sénégalaise.

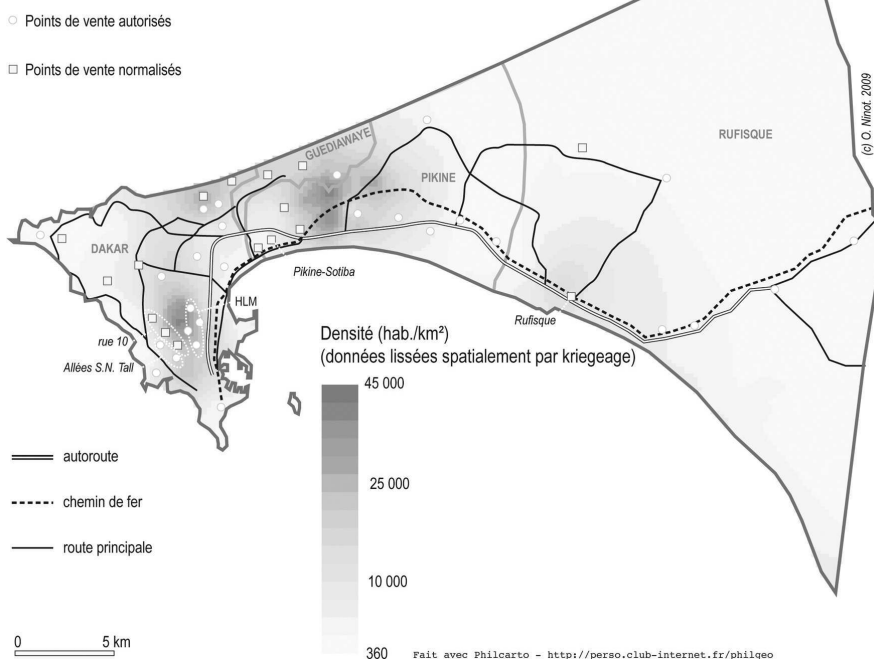
- 10 Enfin, un autre trait spécifique de la consommation de moutons de Tabaski à Dakar est la volonté souvent affirmée et affichée de trouver de « bons » moutons provenant d'élevages « traditionnels ». Ce mode de consommation « à l'ancienne », ou « du terroir » n'est pas sans rappeler celle qu'on connaît dans les pays du Nord (Lipovetsky, 2003 ; Asher, 2005). La quête des « bons » moutons amène les consommateurs urbains à fréquenter, parfois avec délectation, les nombreux marchés et points de vente dispersés dans toute la ville où s'entassent les milliers de moutons venus des campagnes sénégalaises et d'ailleurs.

La campagne à la ville

- 11 La Tabaski est un moment particulier pendant lequel les animaux entrent massivement en ville. L'afflux des bêtes, leur présence pendant plusieurs jours, voire les semaines précédant la fête, ainsi que leur sacrifice posent évidemment des problèmes d'ordres sanitaire et logistique (pour l'alimentation du bétail notamment) en milieu urbain. Toute une organisation se met en place à ce moment là pour transformer la ville en une vaste bergerie. Des marchés et des points de vente apparaissent partout en ville. Trois catégories de points de vente peuvent être distinguées: les points de vente normalisés sont équipées de points d'eau et d'électricité et bénéficient d'un suivi des services vétérinaires; les points de vente autorisés sont ceux qui ont simplement reçu l'autorisation des services vétérinaires et de la municipalité sans bénéficier des équipements et du suivi; les autres points de vente, considérés comme informels, sont juste tolérés.

Figure1 – Points de vente normalisés et autorisés de la Région de Dakar, Tabaski 2008.

Points de vente normalisés et autorisés de la région de Dakar.
Tabaski 2008.



- 12 La figure 1 montre la distribution des points de vente autorisés et normalisés dans la région de Dakar. Le premier constat est celui d'une inégale répartition : 25 pour le département de Dakar, 11 pour celui de Pikine, 6 pour celui de Rufisque, 3 pour celui de Guediawaye. Localement, on peut lire en creux quelques grandes lignes d'une géographie urbaine. Ainsi, à Dakar, on observe deux concentrations de points de vente. La première entre les allées Seydou Nourou Tall et la rue 10 est constituée de points de vente présentant peu de moutons mais plutôt de grands animaux, de races *ladoum* ou *bali-bali* pour l'essentiel, à des prix élevés, correspondant à la clientèle plutôt aisée des SICAP ou du point E. La seconde regroupe des points de vente autorisés ciblant une clientèle un peu moins « haut de gamme » des quartiers Grand Dakar, HLM et Biscuiterie. À Dakar s'exerce ainsi un véritable marketing spatial qui fait de la vente des moutons de Tabaski, un commerce résolument moderne. Ailleurs, la localisation des points de vente autorisés et normalisés dépend fortement de la disponibilité d'espace, terrains vagues et interstices. L'axe rail-route au Sud et les espaces libres des Parcelles Assainies au Nord sont des sites privilégiés, alors que les fortes densités de Guinaw-rail (Pikine) interdisent l'implantation de grands points de vente.

Photos 4 et 5 – Points de vente de Dakar en 2008: (4), le point de vente de la rue 10 portant une bannière au slogan de la campagne d'information du ministère de l'Élevage (une famille, un mouton); (5), le grand marché de Pikine Sotiba.

(Clichés Olivier Ninot)



4



5

- 13 Le marché de Pikine Sotiba est le principal point de débarquement et de vente des moutons de Tabaski de la région dakaroise : il concentre bon an mal an quelque 40 % des effectifs de la région et plus de 43 % pour l'année 2008. La popularité du lieu semble tenir à plusieurs facteurs. L'importance de l'offre, la variété du choix proposé et la qualité des animaux sont des facteurs évidents. Mais le foirail est aussi identifié comme le lieu des éleveurs, le site des professionnels, là où l'on aime aller quand on s'y connaît ou qu'on a un certain goût pour l'élevage. Le foirail ressemble à un marché de campagne, vaste, populeux, encombré, empoussiéré : il a quelque chose « d'authentique » qui fait, qu'en dépit des apparences, il peut être plaisant d'y aller acheter son mouton. Aller dans un marché tel que celui de Pikine est un acte chargé de sens et de signes qui dépassent le choix d'une victime sacrificielle : c'est se montrer et montrer son statut, aller à la rencontre de la campagne, des éleveurs et de leurs animaux. La visite de grands marchés ruraux proches de Dakar (Touba Toul et Khombole principalement, situés à 100 km environ de la capitale) répond à ce même besoin. Les prix sont finalement à peine plus intéressants qu'à Dakar et, à moins d'achats groupés de plusieurs moutons, la raison économique ne justifie pas seule cette « sortie » qu'on fait parfois en famille.
- 14 La Tabaski célèbre ainsi les liens organiques qui unissent les villes à la campagne, c'est l'un des moments qui contribue à rappeler à chaque urbain ses origines et ses attaches rurales que l'élevage contribue à maintenir et cultiver peut être autant sinon plus que l'agriculture. Ce moment est d'autant plus fort que les dynamiques endogènes de la croissance urbaine contribuent à distendre le lien entre villes et campagnes.

Plus qu'une fête religieuse, un espace d'opportunités

- 15 La préparation de la Tabaski plonge l'agglomération dakaroise dans une certaine effervescence. La fête constitue une opportunité pour une multitude d'acteurs économiques, « petits » ou « grands », du secteur formel ou informel.
- 16 C'est le moment clé de l'année pour les éleveurs, pour les marchands, mais aussi et de plus en plus, un moment important pour tout un ensemble d'acteurs économiques qui se déploient soit dans l'élevage et le commerce des animaux, soit dans des activités liées à l'événement. Tout est prétexte à créer une activité rémunératrice, tout service se monnaie, les besoins sont d'une diversité étonnante et l'imagination sans bornes. Le petit commerce se déploie particulièrement : vendeurs de corde, vendeurs d'eau, vendeurs de médicaments vétérinaires, vendeurs de couteaux et de fouets pour les bergers et de parements pour les moutons, vendeurs (ou plus fréquemment vendeuses) de jus de *bissap* (de fleurs d'hibiscus), vendeurs ambulants de montres, lunettes de soleil, masques anti-poussières, etc., et tout le petit commerce habituel des marchés hebdomadaires. Le secteur des services grossit lui aussi. Outre les inévitables *coxeurs*, intermédiaires pas

toujours bienveillants ni bienvenus, certains s'improvisent gardiens de jour ou de nuit sur les foirails, d'autres sont laveurs de moutons (des jeunes et des enfants), d'autres porteurs de moutons (du foirail à l'auto de l'acheteur) ou transporteurs d'animaux à bord de charrettes.

- 17 Par ailleurs, en tant qu'événement populaire urbain majeur, la Tabaski est exploitée par quelques grandes entreprises commerciales comme support de communication. Les ressources mobilisées sont importantes. Par exemple, lors de la Tabaski 2008 la société de téléphonie TIGO a distribué 160 moutons à des prix atteignant jusqu'à 800 000 Fcfa par mouton. Des spots publicitaires ont été passés à la radio et à la télévision. Un stand a été également mis en place par le chargé de l'opération Tabaski, qui était aussi responsable de l'approvisionnement en moutons. Cette société s'est lancée dans des opérations commerciales depuis la Tabaski 2006. L'opération Tabaski de TIGO constitue ainsi un élément parmi d'autres d'une stratégie générale de marketing planifiée par l'entreprise et rythmée par différents événements promotionnels.
- 18 Un autre acteur majeur et grand « communicant » en période de Tabaski est l'État. L'approvisionnement de la capitale est un enjeu important au point que l'événement Tabaski s'avère un moment sensible pour le gouvernement, dont le ministre en charge de l'Élevage, qui joue sur cette période une part de sa popularité et de sa crédibilité. Il s'agit de créer les conditions favorables à la vente et à l'achat de moutons : tolérances en matière de transport, aménagement de points de vente, subvention d'aliment usiné, etc. afin de répondre à l'exigence du slogan du ministère « Une famille, un mouton » qui sonne à la fois comme un projet, un défi et... une incantation ? Ce slogan qu'on retrouve dans toute la communication officielle témoigne à lui seul de l'angoisse de la pénurie qui s'appuie sur le souvenir d'années noires comme celle de 1999, selon D. Faye Sène (2003)⁵. Chaque année le comité interministériel de préparation de la Tabaski qui se met en place renouvelle deux mesures phares. La première est

« l'assouplissement du contrôle technique aux frontières, le long des axes de convoi, au niveau des zones d'attente et des points de vente » (Direl, 2008).
- 19 Diversement appliquée sur le terrain, cette mesure vise à prévenir les risques de pénurie en s'assurant la présence de nombreux éleveurs des pays voisins. La seconde est la subvention d'aliment de bétail usiné : 300 t en 2008 dont 200 t réservées aux éleveurs des points de vente normalisés de la Région de Dakar, à un taux de la subvention de 38,46 %, soit 4 000 Fcfa par sac au lieu de 6 500.
- 20 Le bon déroulement de la Tabaski à Dakar est un enjeu pour gouvernement qui a l'occasion de soigner son image auprès d'un électorat nombreux et critique⁶. Mais, en étant principalement centrées sur les consommateurs – électeurs urbains, les actions portées par les services de l'État oublient un peu le secteur de l'élevage. La préparation de la Tabaski se renouvelle chaque année sans que la politique sectorielle n'y gagne en clarté ni en précision des objectifs.

Adaptations et inerties des systèmes de production face aux évolutions de la consommation de moutons de Tabaski

- 21 La production sénégalaise de moutons de Tabaski est divisée en deux systèmes très distincts. D'un côté, les systèmes de production urbains et périurbains comptent à la fois

de grandes bergeries qui répondent en partie à une demande urbaine « haut de gamme » et de petits élevages familiaux souvent tournés vers l'autoconsommation. De l'autre côté, les systèmes de production pastoraux et agro-pastoraux, largement extensifs, ne sont que rarement tournés vers la seule production de moutons de Tabaski. En complément des productions locales, les importations depuis le Mali et la Mauritanie jouent un rôle important dans l'approvisionnement de Dakar.

Un élevage urbain encore peu productif

- 22 L'évaluation de la contribution de l'élevage urbain dans l'ensemble de la consommation de moutons de Tabaski est très difficile à mesurer faute de données réellement fiables⁷. Selon M. Ba Diao,
« la production périurbaine de viande rouge représenterait 5 % des 50 000 à 60 000 tonnes de viande issue de l'abattage contrôlé »,
- 23 mais la contribution de l'élevage urbain et périurbain à la consommation de moutons de Tabaski serait plus élevée selon plusieurs auteurs (Faye Sène, 2003 ; Fall, 2002).
- 24 Il faut distinguer les bergeries dakaroises produisant des moutons « haut de gamme » et le reste de l'élevage urbain, soit la plus grande masse. Le premier se distingue par un travail important sur les races, l'alimentation et la santé animales en général. C'est un élevage qui exige de fortes capacités financières tant pour commencer un élevage que pour le faire vivre et qui, par conséquent, ne compte que peu de spécialistes. À Dakar, ils se sont pour la plupart regroupés en une association, l'ADAMS (Alliance pour le développement et l'amélioration de la race ovine et caprine au Sénégal). D'autres groupements du même type se seraient récemment créés à Saint-Louis, Thiès, Kaolack, Diourbel, Fatick (Mankor, 2006, p. 19). Pour ces éleveurs particuliers, qu'on appelle « amateurs » à la fois pour le côté non professionnel (l'élevage n'est pas leur principale source de revenus) et pour l'expertise dont ils font preuve en matière d'élevage intensif, élever des moutons exceptionnels est à la fois une activité lucrative et un hobby, voire une passion. Les animaux ne sont ainsi pas tous destinés à être vendus, certains sont conservés pour le plaisir de l'élevage d'animaux hors du commun. D'importants investissements sont consacrés aux soins et à l'alimentation mais aussi à la construction de « bergeries-salons », dont la visite constitue la sortie du dimanche pour les passionnés. Le loisir est assurément coûteux, mais l'entreprise est-elle rentable ? M. Ba Diao (2004) explique :
« le mode d'élevage est plus intensif qu'en milieu rural, [...] Mais le coût d'entretien d'un mouton est très élevé (41 700 francs cfa/an) et la divagation pratiquée par certains autour des marchés est une stratégie de réduction des frais d'alimentation. De plus, l'exiguïté de l'habitat pose des problèmes de santé des animaux (mauvais éclairage, mauvaise ventilation, atmosphère confinée) et réduit fortement leur productivité ».
- 25 Mais l'élevage urbain est aussi et surtout un élevage de maison, où les animaux sont attachés dans la cour ou dans la rue, voire divaguent et se nourrissent beaucoup de ce qu'ils trouvent (poubelles, papiers, chiffons, etc.). La région de Dakar comptait en 2007 un cheptel de plus de 215 000 têtes de bétail dont 137 000 ovins (ANSD, 2007)⁸. Ce cheptel est destiné avant tout à l'autoconsommation et une partie seulement de ces animaux (environ 63 % selon M. Ba Diao, 2004) est abattue lors de la Tabaski. Le mouton élevé à la maison est un animal qu'on a nourri et soigné, à qui l'on a parfois donné un nom, voire

qui s'est improvisé à l'occasion compagnon de jeu des enfants. Le sacrifice, celui d'un être devenu familier, prend alors incontestablement un sens plus profond.

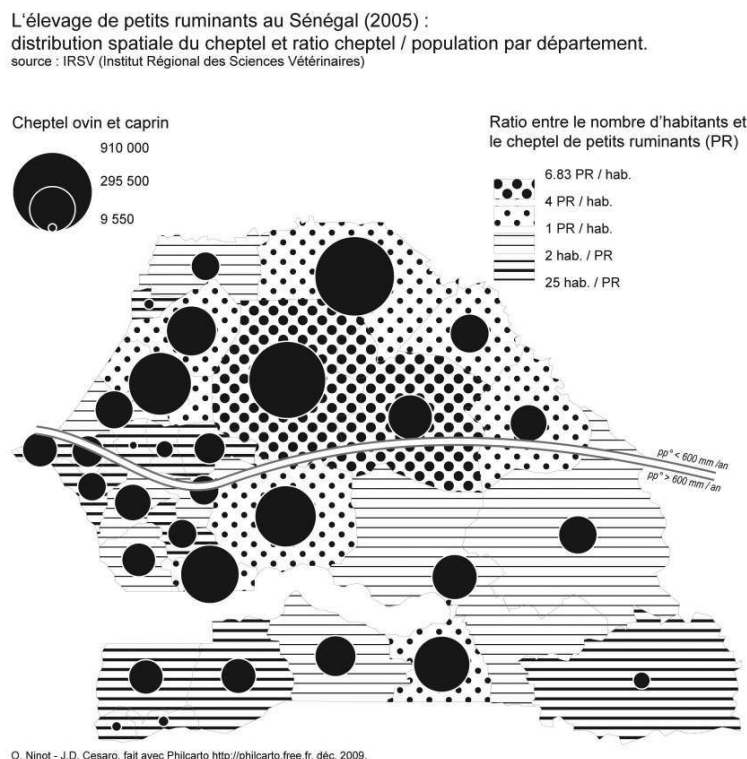
- 26 L'élevage urbain intensif est montré en modèle sans que soit toujours posée la question de savoir et de comprendre jusqu'où ce système est reproductible et à quelle échelle⁹. Les méthodes d'élevage appliquées par les « amateurs » sont loin d'être facilement reproductibles par la majorité des éleveurs, ruraux comme urbains : le montant de l'investissement de départ, les coûts des soins et de l'alimentation, la possibilité d'avoir un accès facile à ces soins et aux aliments usinés (question qui se pose réellement pour les éleveurs de la zone pastorale par exemple) sont autant d'obstacles évidents. Au-delà, la véritable question qui se pose est celle de la viabilité d'un élevage urbain ou périurbain. Le marché du mouton de Tabaski est-il suffisamment porteur pour provoquer à lui seul le développement d'un tel sous secteur de l'élevage ? Il reste des marchés à conquérir : celui des *bali-bali* par exemple est principalement alimenté par les éleveurs maliens, la production locale n'étant pas encore à même de satisfaire cette demande spécifique. Mais le fait que la vente n'intervient qu'une fois par an obère largement les perspectives de développement d'une filière productive viable. En revanche, les *dibiteries*¹⁰, dont la popularité s'est accrue au cours des années 2000, pourraient sans doute absorber une grande partie d'une production ovine urbaine.

Des systèmes de production ruraux qui évoluent lentement

27

Le marché spécifique de moutons de Tabaski pour les consommateurs dakarois stimule incontestablement une partie des filières productives. Par ailleurs, l'embouche et la sélection des animaux dans l'objectif de l'amélioration des races sont sans doute des voies crédibles pour des progrès quantitatifs et qualitatifs des systèmes d'élevage sénégalais. Pourtant, la diffusion de ces pratiques dans les élevages ruraux reste lente et ne touche encore que peu de producteurs en dépit de l'existence de plusieurs projets d'appui au secteur. La littérature a en effet l'habitude de qualifier l'élevage rural sénégalais de « traditionnel » caractérisé par une faible pratique de la sélection et de l'amélioration des races, peu de complémentation alimentaire et peu d'embouche, une pratique de la transhumance assez générale (en réalité, différents types de transhumance). Selon Fall (2002), l'élevage de mouton est une activité hautement identitaire, étroitement associé à un mode de vie, celui des Peuls. Mais l'élevage de mouton n'est évidemment pas qu'une question de culture et d'identité et il ne faut pas trop y chercher des causes indiscutables de la lente évolution du secteur. Car loin des schémas éculés de l'élevage contemplatif, le cheptel sénégalais est avant tout un cheptel productif, intégré à l'économie marchande et destiné à la consommation de lait (pour les bovins) et surtout de viande. En 2007, l'effectif du bétail était estimé pour l'ensemble du Sénégal à 13,9 millions têtes dont 9,5 millions de petits ruminants (ovins, caprins), soit 68 % du total. (ANSD, 2008). La part spécifique des ovins serait de l'ordre de 40 %. Selon Faye Sène (2003, p. 34, d'après les données de la DIREL), 90 % des ménages ruraux du Sénégal posséderaient du bétail, 26 % des ménages dakarois, et 52 % des ménages des autres villes. Le cœur du bassin de production de l'arachide et le centre nord du pays concentrent la majeure partie du cheptel de petits ruminants. Les régions de Matam et de Louga ont une vocation pastorale marquée qu'il est possible de mesurer par un ratio population/cheptel déséquilibré en faveur du bétail.

Figure2 – Ratio entre le nombre d'habitants et le cheptel de petits ruminants (PR)



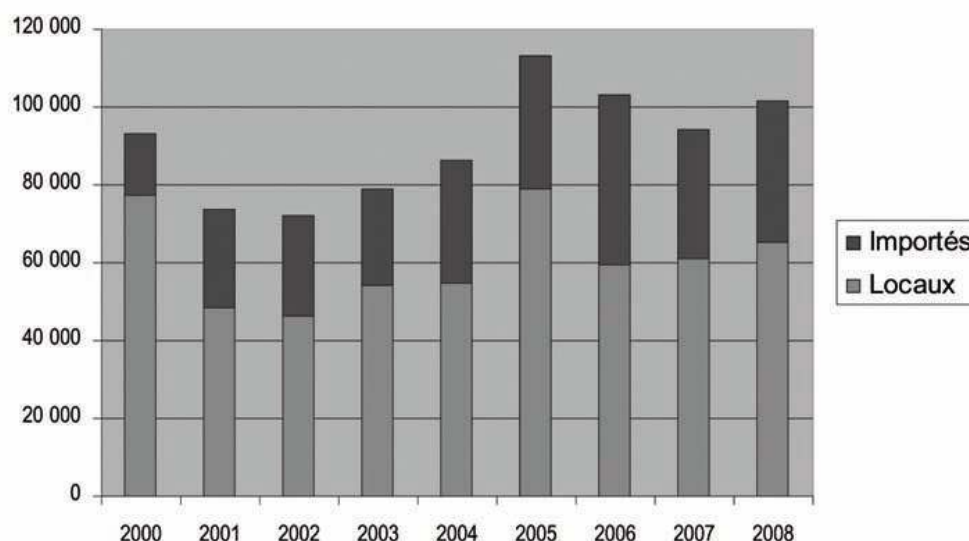
- 28 L'un des facteurs d'inertie du secteur de l'élevage du mouton, tel que la majorité des éleveurs ruraux le pratiquent tient sans doute simplement au fait qu'il demeure lucratif tel qu'il est. Quand on a un troupeau naisseur et la possibilité de le faire transhumér, les frais d'élevage sont réduits à presque rien et toute vente signifie un bénéfice important. En revanche, il apparaît dans la littérature que la rentabilité de l'embouche est plus difficile à atteindre. Les prix de vente des moutons qui ont été engraisés sont plus élevés mais les dépenses à engager le sont également. Le problème principal tient à la qualité plutôt qu'à la quantité de l'alimentation complémentaire. Ainsi, D.Faye Sene (2003) explique que l'embouche paysanne ne se développe principalement qu'en zone agropastorale car ce système est très dépendant des sous-produits de l'agriculture (fanes d'arachide et tiges de mil coupées ou sur champ, tourteaux d'arachide par exemple). En revanche, en zone pastorale sèche (en gros à moins de 600 mm de précipitation/an), si l'embouche semble de plus en plus pratiquée, c'est un système qui reste cher. Les champs y étant moins nombreux, moins vastes, moins productifs, les sous-produits agricoles, plus rares, proviennent en grande partie des zones plus au sud, voire du Mali (principalement les tourteaux et les graines de coton) et sont vendus à des prix relativement élevés.
- 29 La Tabaski est néanmoins généralement reconnue comme un moment très important pour les éleveurs ruraux, car elle leur apporte une grande partie des revenus monétaires de l'année, qui vont permettre de régler un grand nombre de dépenses courantes. L'effet de stimulation joue sur la commercialisation (la Tabaski est un moment de déstockage important) mais pas tant sur les dimensions qualitatives de la production. L'élevage national répond ainsi largement à la demande en quantité, mais peut être pas qualitativement pour des marchés spécifiques tels que celui du mouton de Tabaski pour les consommateurs dakarois.

Le double rôle des importations

- 30 Au cours des dernières années, les importations de moutons du Mali et de la Mauritanie ont représenté un tiers des approvisionnements de Dakar en moyenne avec une variation de 30 à 42 % sur les années 2001 – 2008 (fig. 3).

Figure3 – Évolution des effectifs et des origines des moutons de Tabaski au foirail de Pikine Sotiba de 2000 à 2008

(Sources: DIREL, 2008)



- 31 Une polémique tourne autour de la suspension des taxes sur les animaux importés pendant la période de Tabaski. Cette mesure aurait pour effet de pénaliser la production locale, selon les éleveurs et plusieurs observateurs, mais d'un autre côté, les importations seraient nécessaires pour satisfaire la forte demande de la Tabaski. Sans que la question paraisse pouvoir être définitivement tranchée, plusieurs données peuvent éclairer cette controverse.
- 32 En premier lieu, il est légitime de s'interroger sur la réalité de l'effet incitatif des mesures prises, sachant qu'elles sont très inégalement appliquées sur le terrain. Chaque année, les mesures d'assouplissement des contrôles n'évitent pas (incitent?) la multiplication des tracasseries rémunératrices par les agents chargés de ces contrôles tout le long de la route menant des frontières à Dakar. Grâce à ces mesures ou malgré les ennuis, les éleveurs mauritaniens et maliens sont en tout cas présents à chaque Tabaski sur les marchés du Sénégal. L'attrait du marché de Dakar (et plus généralement du Sénégal) suffit sans doute à expliquer l'importance des importations comme un fait structurel, quels que soient les mesures en théorie incitatives, ou les obstacles en théorie dissuasifs. Par ailleurs, un autre élément est parfois avancé dans la littérature. Des importations élevées seraient structurellement utiles car elles joueraient le rôle de régulateur de prix en créant une surabondance qui empêcheraient que les prix ne s'envolent et que nombre de ménages ne puisse pas *in fine* acquérir un mouton pour la fête.
- 33 En second lieu, la question qui se pose est celle de l'autosuffisance du Sénégal en moutons de Tabaski. La question doit être abordée tant des points de vue quantitatif que qualitatif.

Sur le premier point, la question n'est pas illégitime si l'on observe strictement les statistiques: les importations ont été d'environ 36 000 moutons en 2008 et les invendus se sont élevés à 40 000 moutons. Mais ces données n'ont pas de sens si l'on ignore les critères de qualité et de prix qui font la diversité de l'offre et de la demande. Or, les productions maliennes et mauritaniennes se distinguent justement de la production nationale par des caractères qualitatifs. Les éleveurs mauritaniens présentent beaucoup de moutons castrés répondant à une clientèle qui reconnaît les qualités de la viande; les éleveurs maliens présentent majoritairement des moutons de race *bali-bali* pour lesquels la demande dakaroise est croissante. Les importations répondraient donc, semble-t-il, à une demande spécifique à laquelle la production nationale ne peut pas encore entièrement répondre.

- 34 Un autre élément à prendre en considération est que la Tabaski est une période propice pour importer des moutons au Sénégal sans affranchir de taxes. Les éleveurs maliens et mauritaniens importeraient, pendant cette période, de grands troupeaux dont beaucoup de jeunes et de femelles qui ne seront pas vendus pour la Tabaski mais aux éleveurs sénégalais pour grossir leurs troupeaux. Mais cette hypothèse est difficile à vérifier car si l'absence temporaire de taxes pendant la Tabaski représente une opportunité intéressante pour les éleveurs de ces deux pays, le risque de mévente ou de non - vente reste important.

Un défi commercial et logistique... ou une (dés)organisation de la convergence

- 35 Le défi logistique posé par l'acheminement d'un si grand nombre d'animaux vers les grands centres urbains est tel qu'il est légitime de supposer l'existence d'une régulation des flux assise sur une hypothétique concertation entre les chefs de marchés d'ici et de là. Pourtant, rien ne permet de valider cette hypothèse. Chaque opérateur agit en fonction de ses propres intérêts et de sa connaissance du marché, des lieux et des personnes. Si l'on s'informe mutuellement sur les prix et les stocks, notamment au moyen du téléphone, on ne passe pas de commandes. Les *téfankés*¹¹ du foirail Pikine-Sotiba résument ainsi le principe selon lequel fonctionne l'approvisionnement de Dakar : « plus ça vient, mieux c'est ! ».

Les acteurs du commerce: à chacun son opération Tabaski

- 36 Les acteurs de la filière commerciale du mouton de Tabaski sont, pour la majeure partie, ceux de la filière ovine et plus largement des petits ruminants auxquels s'ajoute l'ensemble des opérateurs « non professionnels » (pour lesquels le commerce du mouton est une activité secondaire) lancés dans des opérations Tabaski¹² (achat-revente d'animaux qui auront le plus souvent été engraisés quelques temps). Pour tous, la Tabaski est un moment important dans l'année, le moment de faire de gros bénéfices, de prendre aussi quelques risques. Des risques mesurés, c'est ce qui fait le succès et l'intérêt des opérations Tabaski.
- 37 La fête est d'abord une affaire de spécialistes, éleveurs et marchands de bétail, et ce sont eux qui en tirent les principaux bénéfices. Ils sont ceux qui maîtrisent la filière du mouton dans sa partie amont, les producteurs, et dans sa partie aval, les grands commerçants qui tiennent les marchés urbains. Les stratégies développées par les uns et

les autres font jouer différents paramètres : le nombre de bêtes qu'on souhaite vendre, le lieu de vente, le moment de la vente, la sélection des animaux. Pour une majorité d'éleveurs, il est préférable de vendre en une seule fois et dans un marché appartenant à leur espace de vie, le plus grand nombre d'animaux possible afin de réduire les coûts de transport, de gardiennage, de nourriture des animaux qu'engendrerait un déplacement à Dakar. On présente ainsi à Dahra, à Birkelane, à Tambacounda ou dans d'autres marchés, quelques dizaines de bêtes parmi les plus grands et les plus beaux animaux du troupeau. Les stratégies des commerçants sont plus complexes. L'une des options pratiquée par ceux qui disposent d'importantes liquidités consiste à composer des troupeaux longtemps à l'avance, pendant les mois où les prix des animaux sur pied sont bas, afin de maximiser les marges. Les troupeaux doivent alors être confiés à des bergers, ce qui a un coût, et le risque de perte n'est pas négligeable. Aussi, ce n'est que quelques semaines avant la fête que la plupart des commerçants commencent leurs opérations Tabaski. Le choix des lieux d'achat et de vente est particulièrement stratégique. Il faut savoir anticiper sur les prix de vente et d'achat et prévoir au mieux les dépenses de transport. L'exercice est délicat et fait appel aux compétences spécifiques des professionnels du commerce de bétail.

- 38 Mais l'originalité de l'économie de la Tabaski tient à la participation de toute une population de non professionnels de l'élevage. C'est là l'une des particularités fortes de l'événement, ce « gonflement » de la filière par l'arrivée d'une multitude d'acteurs profitant de la large fenêtre commerciale offerte par la fête pour s'improviser qui éleveur, qui *dioula* dans le cadre d'opérations Tabaski. Chacun la sienne, à sa manière, il n'existe pas une forme d'opération Tabaski mais une multitude, soit pour élever, soit pour vendre, soit pour acheter.
- 39 Les profils des acteurs « hors filière » permettent de distinguer principalement deux groupes : l'un est constitué d'acteurs majoritairement urbains, souvent fonctionnaires, anciens fonctionnaires, ou cadres retraités. C'est dans cette catégorie d'acteurs qu'on trouvera beaucoup de non Peuls étant parfois initialement complètement étrangers à l'élevage. Les opérations Tabaski de ce groupe sont de deux types : soit de simples opérations d'achat (éventuellement à crédit) et de vente à des périodes différentes permettant un petit bénéfice, soit en plus de cela, une véritable opération d'embouche visant à engraisser le ou les bêtes pendant plusieurs semaines ou mois. L'autre groupe est celui des Groupements d'Intérêt Économique (GIE) et associations, dont beaucoup d'organisations féminines. Ces collectifs permettent de financer des opérations Tabaski d'envergure (plusieurs moutons, voire plusieurs dizaines) ou de former des sortes de centrale d'achat comme le font les comités d'entreprises. Le jeu commun est celui de la spéculation, comme celle qui se fait sur le mil, le maïs ou l'arachide achetés à bas prix juste après les récoltes et revendus plus cher en période de soudure.

Une géographie du commerce de moutons : lieux et circuits

- 40 La géographie du commerce de moutons de Tabaski est, dans ses grandes lignes, assez simple. Les marchés de collecte ou marchés primaires sont principalement les marchés ruraux hebdomadaires ainsi que les foirails de petites et moyennes villes de l'intérieur. Une partie de la collecte s'opère aussi en dehors de l'événement et du lieu que sont les marchés hebdomadaires. Il est en effet fréquent que des *dioula* se rendent auprès des éleveurs, directement dans les villages, aux forages, pour négocier l'achat d'animaux. De ces premiers lieux de commercialisation, des moutons sont acheminés parfois à pied,

souvent en véhicule (pick-up ou petits camions) vers des marchés plus importants, et parfois jusque dans les centres de consommation. Dans les marchés de regroupement ou marchés intermédiaires se reforment de grands troupeaux avec les bêtes qui y sont conduites par les commerçants et les éleveurs à partir des marchés primaires ou directement depuis les zones de production. Ce sont les plus gros marchés qu'on puisse rencontrer, comme celui de Dahra, sans doute le plus important marché à bétail du Sénégal en toute saison, ou celui de Birkelane, marché d'envergure régionale mais qui occupe, dans la filière du mouton de Tabaski, une place centrale. Ces marchés sont des lieux de sélection et de transit entre les zones de production et les marchés de collecte d'un côté, les marchés terminaux des centres urbains de l'autre. Dans les environs des marchés de Birkelane, Kaffrine, Tambacounda, Khombole et Touba Toul les troupeaux restent souvent pâturer quelques semaines dans les champs d'arachide ou de mil, avant d'être présentés, en meilleure forme, sur le marché.

- 41 L'absence du Sud du Sénégal au sein de ce dispositif, qui se déploie à l'échelle nationale et hors des frontières du Sénégal, est remarquable. La Tabaski y est également fêtée¹³ et la haute Casamance possède un cheptel ovin de plus de 300 000 têtes selon l'ANSD. Les explications sont donc à trouver ailleurs. D'une part, dans la distance et la configuration territoriale qui produisent un isolement relatif des deux régions du Sud, auquel le corridor transgambien¹⁴ remédie en partie seulement. D'autre part, dans le fait que les moutons élevés au Sud sont de la race *djallonké* qui produit de petits moutons peu appréciés pour la Tabaski.
- 42 Le parc des petits ruminants de Pikine Sotiba est assez représentatif des approvisionnements de la région de Dakar. On y remarque que les animaux proviennent très majoritairement d'un vaste bassin de production comprenant la vallée du Fleuve et la zone sylvo-pastorale (en gros, le Ferlo) pour 47 % des approvisionnements. Les approvisionnements depuis le Mali et la Mauritanie contribuent à 36 % du total (tabl. 1). Les statistiques concernant les importations comportent vraisemblablement un biais. Il est en effet très probable que les effectifs provenant du Mali comptent une part importante de moutons mauritaniens ayant transité *via* la ville de Kayes.
- 43 D'un marché à l'autre, il faut déplacer les nombreux animaux, si possible rapidement et surtout dans des conditions de sécurité permettant de minimiser le risque de mortalité durant le transport. La marche est toujours le premier mode de transport permettant de joindre les marchés de collecte, parfois même les marchés intermédiaires. Le train est le mode de transport privilégié des éleveurs et commerçants maliens et mauritaniens qui, plutôt que de traverser le fleuve Sénégal et de poursuivre à pied vers Dahra et plus au Sud, préfèrent prendre la direction de l'Est, traverser la frontière malienne et rejoindre Kayes, où ils prendront le train ou éventuellement un camion. Depuis les années 2000 on ne voit pratiquement plus passer d'éleveurs maures conduisant leurs troupeaux à pied, comme ils le faisaient autrefois, dès que la Korité¹⁵ était passée (2 mois et 10 jours avant la Tabaski). Les données collectées aux postes douaniers par la DIREL confirment cette impression pour 2008 : 8,5 % des entrées seraient passées par la douane de Saint-Louis, 14,2 % par celle de Matam et 77,55 % par celle de Tambacounda. Le train est un mode de transport sûr et qui offre une grande capacité de chargement même s'il est lent et impose plusieurs arrêts : à la frontière, mais aussi dans les principales gares pour faire sortir les bêtes, les nourrir, les abreuver. Un taux de perte de 5 à 10 % est probable (Brisebarre, 2003). Quant au transport routier, il s'applique à toutes les expéditions à l'intérieur du Sénégal. Les prix pratiqués subissent une augmentation importante pendant la Tabaski :

par exemple de 150 000 à 375 000 Fcfa en moyenne depuis Kayes, ou encore de 142 000 à 275 000 Fcfa en moyenne depuis Dahra ou Linguère.

Tableau1 – Zones de provenance des moutons du foirail de Pikine Sotiba (Tabaski, 2008)

(Sources: DIREL, 2008)

Provenance	Effectifs	Part relative (%)
Est du Sénégal	1 427	1,40
Mauritanie	6 724	6,61
Bassin arachidier (centre)	15 620	15,36
Nord Sénégal (vallée du fleuve)	22 848	22,46
Zone sylvopastorale (centre nord)	25 333	24,90
Mali	29 772	29,27
Total	101 724	100,00

Deux hauts lieux du commerce du mouton pour une géopolitique locale

- 44 La géographie du commerce du mouton de Tabaski s'organise sur quelques centres majeurs ou hauts lieux qui sont les véritables rouages ou *hubs* entre les bassins de production et les marchés de consommation tels que Dahra et Birkelane. Distants l'un de l'autre de quelques kilomètres seulement, Khombole et Touba Toul sont deux autres sites importants du commerce du mouton de Tabaski. Ils se montrent en partie complémentaires mais sont surtout concurrents. Ces deux localités bénéficient de la proximité de Dakar et d'un service de transport quotidien vers la capitale. Elles répondent à deux fonctions. D'une part, la campagne qui les environne fait office d'espace de stockage pour d'immenses troupeaux qu'on ne peut pas rapprocher davantage des centres urbains. D'autre part, ces deux localités font partie des marchés ruraux les plus proches des grands centres urbains et les plus facilement accessibles. À ce titre, ils sont en quelque sorte des points de vente périphériques pour les consommateurs urbains. Mais les deux localités profitent diversement de l'effet Tabaski.
- 45 Le marché de Touba Toul est l'un des plus anciens de cette partie du Sénégal (Van Chi Bonnardel, 1976), mais il a pris une nouvelle dimension ces dernières années. En premier lieu, les taxes sont relevées régulièrement depuis une dizaine d'années : location de cantines au prix de 2 500 à 4 000 Fcfa par mois et taxes prélevées les jours de marchés s'élevant à 100 Fcfa pour les vendeurs ambulants (*baana - baana*), 100 Fcfa pour chaque charrette, 500 pour chaque véhicule, 100 pour chaque animal vendu. Ensuite, près de 200 cantines ont été construites récemment avec l'appui de programmes nationaux d'investissement dans les infrastructures rurales. Les taxes prélevées assurent

aujourd'hui un revenu d'environ 3 millions de Francs cfa par an à la communauté rurale de Touba Toul, ce qui constitue sa principale et aussi quasiment sa seule source de revenus propres. Le marché s'y tient chaque semaine et ne vit pas que de la Tabaski, même si la fête contribue à grossir le marché (l'effet Tabaski se mesure aussi sur le petit commerce) et à lui donner une spécialisation dans le commerce de bétail plus affirmée que le reste de l'année. À l'inverse, Khombole n'a pas de marché en dehors de la période de préparation de la Tabaski, mais depuis l'année 2000, la localité s'est forgée la réputation d'être le lieu où les éleveurs mauritaniens peuvent venir « en paix¹⁶ » vendre des moutons de Tabaski. Le site devient alors très impressionnant, surtout le soir, lorsque les troupeaux, revenus des pâturages, occupent tout l'espace disponible des deux côtés de la route et sur presque toute la longueur du village. Pourtant, ce marché ne rapporte rien à la commune de Khombole. Conformément aux décisions prises par le gouvernement, la mairie ne prélève aucune taxe sur la vente des animaux ni même sur le commerce ambulant pendant la période de la Tabaski. On avoue volontiers à la mairie que le respect de ces mesures est d'autant plus facile et légitime qu'aucun investissement n'a été fait pour ce marché : il n'y a pas de cantines, pas d'eau, pas d'électricité, pas de gare routière aménagée.

- 46 Les trajectoires différentes des deux localités mettent ainsi en évidence le rôle de la puissance publique et des autorités locales dans la transformation d'une dynamique marchande en dynamique de développement. Le marché ne remplace pas l'Etat et un dynamisme économique saisonnier ne produit pas, par lui seul, d'effets entraînants ou structurants permanents. Le cas de Khombole appelle en outre à s'interroger sur l'effet de la spécificité du calendrier musulman dans le déroulement de la Tabaski et son organisation spatiale. Depuis quelques années, les Tabaski ont lieu entre décembre et février, soit quelques mois après les récoltes mais longtemps avant la période critique de la soudure. Les espaces agricoles offrent, pendant cette période, un cadre particulièrement favorable à l'accueil des troupeaux de petits ruminants destinés à être vendus à la Tabaski. À quel point la concordance du calendrier musulman de ces dernières années avec le calendrier culturel a-t-elle contribué à recentrer sur les sites de Khombole, de Birkelane, et Touba Toul la géographie de la Tabaski ? La conjonction du calendrier musulman et du calendrier culturel entrera bientôt à nouveau dans un cycle qui ne sera plus favorable (la Tabaski aura lieu pendant les récoltes, puis en hivernage, puis en période de soudure) et rendra plus aiguë qu'elle ne l'est déjà la cohabitation entre agriculture et élevage dans les sites d'attente des troupeaux de moutons de Tabaski, en zone agro-pastorale. Ici se devine l'un des problèmes de fond que rencontre le Sénégal, celui du foncier.
- 47 De cette étude de cas, les tendances lourdes restent difficiles à identifier. L'influence de la consommation dakaroise sur la filière de production est par ailleurs délicate à mesurer en raison notamment d'un appareil statistique qui peine à alimenter les indicateurs-clefs du secteur de l'élevage. Pour autant, la Tabaski révèle plusieurs choses. En premier lieu, elle montre la très grande popularité de l'élevage ovin et sa capacité à offrir des opportunités de revenus complémentaires à une large catégorie de populations urbaine et rurale. Il y a là un paradoxe. L'économie de la Tabaski crée un espace d'opportunités pour de nombreux acteurs économiques non spécialistes de l'élevage, alors que la filière productive semble être inégalement stimulée. En second lieu, la Tabaski révèle que la diversification et la spécialisation des productions peuvent être des voies d'avenir si l'on admet que la recherche de produits de qualité dans une gamme variée est une tendance

longue de la consommation urbaine sénégalaise. L'existence d'un élevage urbain spécifique montre quelques pistes permettant de rapprocher l'offre d'une demande en évolution. Mais sur ce point comme sur d'autres, la politique de l'État en matière d'élevage ne transparaît pas dans les communiqués officiels qui ponctuent la préparation de la fête. De même, aucun groupe d'acteur ne semble avoir à la fois une vision d'ensemble et une capacité d'organisation permettant d'influencer significativement la filière. Celle-ci tourne toute seule, la Tabaski aussi, et on voit bien deux limites importantes à ce système : l'absence de mécanisme de stabilisation et de stimulation (notamment dans la diversité) des débouchés marchands de la filière d'une part et, d'autre part, la renégociation permanente de la place de l'élevage dans les projets de développement économique et dans l'aménagement du territoire, ce qui relève directement du rôle de l'État.

BIBLIOGRAPHIE

Agricultures consacrées à l'alimentation des villes. *Cahiers d'études et de recherches francophones/Agricultures*, Paris, vol. 13, 2004.

Asher F., 2005 - «Dis moi ce que tu manges...». La vie urbaine hypermoderne révélée par les pratiques alimentaires. *Informations Sociales*, Caisse Nationale des Allocations Familiales, Paris, n° 128, p.92-104

Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie (ANSD), Dakar, 2008 - *Situation économique et sociale du Sénégal 2007*. ANSD, Ministère de l'Économie et des Finances : Dakar, 280 p.

Ba Diao M., 2004 - Situation et contraintes des systèmes urbains et périurbains de production horticole et animale dans la région de Dakar. *Cahiers d'études et de recherches francophones/Agricultures*, Paris, vol. 13, n°1, p.39-49.

Bricas N., Courade G., Coussy J., Hugon P. et Muchnik J.,éds., 1985 - *Nourrir les villes en Afrique sub-saharienne*. Coll. Villes et Entreprises, L'Harmattan: Paris, 421 p.

Bricas N. et Seck P.A., 2004 - L'alimentation des villes, Introduction. *Cahiers d'études et de recherches francophones/Agricultures*, Paris, vol. 13, n°1, p.9.

Bricas N. et Seck P.A., 2004 - L'alimentation des villes du Sud: les raisons de craindre et d'espérer. *Cahiers d'études et de recherches francophones/Agricultures*, Paris, vol. 13, n°1, p.10-14.

Brisebarre A.M., 1998 - *La fête du mouton. Un sacrifice musulman dans l'espace urbain*. CNRS: Paris.

Brisebarre A.M., 2002 - Le statut du mouton du sacrifice de l'Ayd Al-Kabîr, rapport à l'animal, à son sang et à sa viande. *Anthropozoologica*, n°35, p.30 - 49.

Brisebarre A.M., dir., 2003 - *La fête de la Tabaski en milieu urbain au Sénégal. Enjeux culturels, sociaux et économiques. Rapport de recherche*. Conseil pour le développement de la recherche en sciences sociales en Afrique (CODESRIA), Institut de Recherche pour le Développement (IRD): Dakar, 402 p.

Brisebarre A.M., 2004 - Les espaces du sacrifice de l'Ayd Al-Bakîr en milieu urbain. *Annales de la Recherche Urbaine*, Paris, n°96.

Brisebarre A.M. et Kuczynski E., 2009 - *La Tabaski au Sénégal. Une fête musulmane en milieu urbain*. Karthala: Paris, 468 p.

Cour, J.-M., 2004 - Peuplement, urbanisation et transformation de l'agriculture: un cadre d'analyse démo-économique et spatial. *Cahiers d'études et de recherches francophones/Agricultures*, Paris, vol. 13, n°1, p. 158-165.

Déme I., 2003 - *Les relations entre acteurs et l'efficacité de la filière bétail-viande dans l'approvisionnement de Dakar (Sénégal)*. Centre International de Hautes Etudes Agronomiques Méditerranéennes (CIHEAM), Institut Agronomique Méditerranéen: Montpellier, 100 p.

Diaw A., 1995 - *Commercialisation des petits ruminants au Sénégal. Le cas de l'axe Nord - Dakar*. Thèse d'économie, Université de Bourgogne: Dijon.

Diedhiou M., 1996 - *Le Mouton à Dakar. Production et commercialisation à la Tabaski*. Thèse vétérinaire.

Direction de l'élevage, sous la tutelle du Ministère de l'Élevage (DIREL), Dakar, (2008) - *Opération Tabaski 2008. Rapport final*. DIREL: Dakar, 15 p.

Fall P.D., 2002 - Le mouton des villes ou l'élevage urbain à Dakar. *Notes africaines*, Dakar.

Faye Sène D., 2003 - *Commercialisation du mouton de Tabaski au Sénégal en 2003*. Université Cheikh Anta Diop: Dakar, 88 p. +annexes.

Lipovetsky G., 2003 - La société d'hyperconsommation. *Le Débat*, n°124, p.74.

Ly C., 1997 - Le mouton de Tabaski, facteurs explicatifs du prix de vente. *Tropicultura*, n°15, p.105-108.

Mankor A., Duteurtre G. et D'Hauteville F., 2005 - Le marché de la viande à Dakar: la satisfaction des consommateurs en question. In: Blogowski A., Lagrange L. et Valeceschini E, dirs. - *Actes du colloque SFER-ENITAC «Au nom de la qualité: quelle(s) qualité(s) demain pour quelle(s) demandes(s)?»*. ENITA: Clermont-Ferrand, p.119-132.

Mankor A., 2006 - *Commercialisation du mouton de Tabaski au Sénégal, 2000-2006. Actes de l'atelier-bilan sur la préparation de la Tabaski*. 38 p.

Ninot O., 2009 - La fête du mouton, des moutons pour la fête. Enjeux économiques de la Tabaski au Sénégal. *Grain de Sel*, n°46-47, p.22-23.

Ninot O., Dia N., Gassama T. et Seye E.H.M., 2009 - *La fête du mouton, des moutons pour la fête. Rapport de recherche sur la Tabaski 2008*. Icare: s.l., 63 p.

Van Chi Bonnardel R.N., 1976 - *Vie de relations au Sénégal, la circulation des biens*. IFAN: Dakar, 927 p.

NOTES

1. . Le calendrier musulman est un calendrier lunaire qui compte 12 mois de 29 à 30 jours chacun. Une année est donc plus courte qu'une année d'environ onze jours. Les fêtes musulmanes sont donc « mobiles » d'une année à l'autre au sein du calendrier civil.

2. . La population du Sénégal est estimée à 11,3 millions d'habitants en 2007 ; celle de la région de Dakar est estimée à 2,6 millions d'habitants. Le ratio moyen mouton / habitant serait donc de

l'ordre de 1 mouton pour 16 à 20 habitants pour l'ensemble du Sénégal et de 1 mouton pour 10 habitants à Dakar. (ANSD, 2007)

3. . Ce qui exclut, en théorie, les volailles par exemple.
4. . Un euro = 656 Fcfa ; 100 000 Fcfa = 152 euros environ.
5. . Le risque de pénurie dépend de l'état général du cheptel un mois avant la Tabaski qui lui-même dépend de la qualité des pâturages et de la saison durant laquelle la Tabaski a lieu (si la Tabaski a lieu pendant la période de soudure, le risque sera réel). On avance aussi l'hypothèse d'un cycle de deux ans. Une année de surabondance pourrait être suivie d'une année de pénurie, les éleveurs et marchands craignant la répétition de l'année précédente marquée par un grand nombre d'invendus (Brisebarre, 2003)
6. . La Tabaski 2008 a coïncidé avec la campagne des élections locales de 2009. En cette occasion, les électeurs urbains ont majoritairement voté pour l'opposition.
7. . En l'absence d'un recensement auprès de chaque ménage, il est impossible d'estimer le nombre d'animaux élevés en ville, une partie seulement du cheptel urbain étant élevée au sein de bergeries.
8. . Le département de Rufisque, où subsistent encore de vastes espaces non urbanisés, abrite 53,4 % de ce cheptel.
9. . P.D. Fall (2002) conclut son article ainsi : « S'il venait à sortir du cercle très fermé des « amateurs », l'élevage du « mouton de villes », dont la vocation n'est cependant pas l'abattage, pourrait contribuer de manière significative à l'amélioration des races ovines au Sénégal et contribuer à la résorption du déficit commercial du Sénégal qui importe près de la moitié de ses moutons sacrificiels ».
10. . Les *dibiteries* sont des lieux où l'on grille de la viande de mouton qui sera consommée sur place (quelques *dibiteries* dakaroises fonctionnent comme de véritables restaurants) ou plus souvent emportée.
11. . Les *téfankés* sont en quelque sorte des courtiers chargés d'assister les vendeurs dans la recherche de bétail, dans le règlement de problèmes liés au gardiennage, au transport, etc., éventuellement de leur offrir l'hébergement, et de garantir les transactions (notamment dans le cas d'achat et de vente à crédit) en s'assurant que les deux parties sont honnêtes.
12. . Cette expression fait désormais partie du vocabulaire courant. Elle est utilisée par les éleveurs, commerçants, non professionnels de la filière qui s'y projettent le temps d'une opération, mais aussi par les agents de la DIREL, par les vétérinaires, etc.
13. . Moins de 25 % de la population de la basse Casamance est chrétienne ; moins de 15 % de la population de l'ensemble de la Casamance (régions de Kolda et de Ziguinchor) le sont et , et environ 5 % de la population du Sénégal.
14. . Accord sénégal-gambien qui autorise le transport entre le nord et le sud du pays *via* le territoire gambien.
15. . Aïd el Fitr, fête qui célèbre la fin du Ramadan.
16. . Le souvenir du conflit sénégal-mauritanien ayant conduit en 1989 puis en 1991 à des violences envers des Maures sur le territoire sénégalais (suivies de violences envers les Sénégalais sur le territoire mauritanien) est présent dans tous les esprits. Aujourd'hui encore, il est toujours possible de percevoir chez les uns et les autres une sorte de crainte, voire un peu d'animosité.

RÉSUMÉS

Au Sénégal, la fête de la Tabaski (Aïd el Kabir) est centrée sur le sacrifice d'un animal domestique, généralement un bélier, comme celui qu'Abraham a substitué à son fils aîné. En 2008 et 2009, environ 670 000 moutons ont été sacrifiés, dont 230 000 dans la région de Dakar, soit un tiers des sacrifices alors que l'agglomération ne regroupe qu'un quart de la population totale du pays. La consommation de moutons de Tabaski de la capitale se distingue aussi par une recherche d'animaux correspondant à des critères de qualité élevés et variés. À cette demande urbaine nombreuse et spécifique, répondent à la fois les producteurs ruraux, des producteurs urbains et périurbains et des éleveurs des pays voisins. L'approvisionnement de Dakar en moutons de Tabaski se présente ainsi comme un exemple concret de l'évolution contemporaine des relations villes-campagnes en Afrique subsaharienne. La question posée est celle des effets de l'urbanisation et de l'évolution des modes de vie et de consommation sur l'organisation spatiale des systèmes de production et des dispositifs marchands, et plus généralement sur l'aménagement du territoire.

Sheeps for the holy day. The supply of Dakar in sheeps of Tabaski

In Senegal, the Tabaski day (Aïd el Kabir) is centred on the sacrifice of a pet, generally a ram, as the one that Abraham substituted to his elder son. In 2008 and 2009, approximately 670000 sheeps were sacrificed, of which 230000 in the region of Dakar, that is equal of a third of the sacrifices while the town includes only a quarter of the total population of the country. The consumption of muttons of Tabaski of the capital also distinguishes itself by a search (research) for animals corresponding to high and varied quality criteria. The rural producers, the urban and outer-urban producers and the breeders of the nearby countries answer at the same time to this numerous and specific urban request. The supply of Dakar in sheeps of Tabaski so appears as a concrete example of the contemporary evolution of the relations between city and countryside in sub-Saharan Africa. The question mainly tackled in this article is about the effects of the urbanization and the evolution of ways of life and consumption on the spatial organization of the systems of production and the trade devices, and more generally about territory and urban planning.

INDEX

Mots-clés : consommation urbaine, Dakar, élevage ovin, fête religieuse, relation ville-campagne, Sénégal

Keywords : city- countryside relations, Dakar, holy day, Senegal, Sheep breeding, urban consumption

AUTEUR

OLIVIER NINOT

CNRS, UMR 8586 PRODIG, Paris ; mél : olivier.ninot@prodig.cnrs.fr